



BUKTI PEMERIKSAAN

UMK

YOGYAKARTA

PEMERINTAH KOTA

INSTRUKSI

12 JUL 2007

Identifikasi : 455/MM/Hd.7/2007

Klasifikasi : Rf 658-8 Amd 06

Sumber : Marketing M.



**TESIS**

**PENGARUH ORIENTASI FESYEN TERHADAP  
PERILAKU PEMBELIAN KOMPULSIF DENGAN  
GENDER SEBAGAI VARIABEL PEMODERASIAN**



**AMELIA PUSPA DEWI**  
**No. Mhs.: 04.1006/PS/MM**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2006**



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

---

**PENGESAHAN TESIS**

Nama : AMELIA PUSPA DEWI  
Nomor Mahasiswa : 04.1006/PS/MM  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul tesis : Pengaruh Orientasi Fesyen terhadap Perilaku  
Pembelian Kompulsif dengan Gender Sebagai  
Variabel Pemoderasian

**Nama Pembimbing**

**Tanggal**

**Tanda Tangan**

Shellyana Junaedi, SE., MSi

11 Maret 2006



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : AMELIA PUSPA DEWI  
Nomor Mahasiswa : 04.1006/PS/MM  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul tesis : Pengaruh Orientasi Fesyen Terhadap Perilaku  
Pembelian Kompulsif dengan Gender Sebagai  
Variabel Pemoderasian

Nama Penguji

Tanggal

Tanda Tangan

( Ketua )

Shellyana Junaedi, SE., MSi

27 Maret 2006

( Anggota )

Dra. Mahestu Noviantra, MSc.IB

27 Maret 2006

( Anggota )

Drs. Dedy. H., MBM

27 Maret 2006



Ketua Program Studi

PROGRAM  
PASCASARJANA

Drs. Felix Wisnu Isdaryadi, MBA

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini merupakan karya pribadi dan bukan merupakan kutipan atau dari karya tulis yang telah ada sebelumnya. Semua yang tertulis baik berupa data, teks, tabel, gambar, analisis, kesimpulan dan rekomendasi, kecuali yang telah secara tertulis diacu dalam tesis ini adalah murni karya saya dan merupakan hasil kerja pribadi.

Yogyakarta, Maret 2006

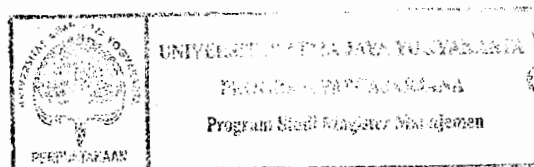
## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh dari orientasi fesyen terhadap perilaku pembelian kompulsif mahasiswa pada produk fesyen. Penelitian ini juga dilakukan untuk melihat apakah ada pemoderasian jenis kelamin terhadap interaksi antara orientasi fesyen dan pembelian kompulsif. Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa yang kuliah di berbagai Universitas di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan 150 lembar kuesioner kepada responden. Dari hasil penyebaran kuesioner tersebut yang dapat diolah sebanyak 138 kuesioner.

Pertanyaan-pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari penelitian Jonathan Gutman, Michael K. Mills, Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk yang telah dimodifikasi. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk melihat pengaruh dari masing-masing dimensi orientasi fesyen (mengikuti tren fesyen, menyukai fesyen, pentingnya tampil rapi dan tidak menyukai fesyen) terhadap perilaku pembelian kompulsif. Analisis regresi dengan variabel pemoderasi digunakan untuk melihat apakah ada pemoderasian variabel jenis kelamin pada interaksi antara orientasi fesyen dan pembelian kompulsif. Uji beda t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan berdasarkan jenis kelamin.

Berdasarkan pengolahan data maka didapatkan hasil bahwa dimensi mengikuti tren fesyen dan menyukai fesyen berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian kompulsif; dimensi pentingnya tampil rapi tidak berpengaruh terhadap perilaku pembelian kompulsif dan dimensi tidak menyukai fesyen berpengaruh signifikan negatif terhadap perilaku pembelian kompulsif. Penelitian ini juga mendapatkan hasil bahwa variabel jenis kelamin ternyata memoderasi interaksi antara orientasi fesyen dan perilaku pembelian kompulsif. Penelitian ini juga menemukan adanya perbedaan orientasi fesyen dan perilaku pembelian kompulsif antara pria dan wanita.

**Kata-kata kunci : pembelian kompulsif, orientasi fesyen, jenis kelamin, produk fesyen**



## **ABSTRACT**

The purpose of this study was used to identify the influences of fashion orientation on compulsive buying behaviour. This study also identified gender moderation on interaction between fashion orientation and compulsive buying behaviour among college students in Yogyakarta. A survey design (questionnaire) was used to collect the data. One hundred and fifty questionnaire was distributed, but only one hundred and thirty eight questionnaire can be used and calculated.

The questionnaire based on the study of Jonathan Gutman, Michael K. Mills, Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk which had been modified. This study used multiple regression analysis to identify the influences of each fashion orientation variable ( fashion leadership, fashion interest, importance of being well dressed and anti fashion attitude ) on compulsive buying behaviour. Regression analysis with moderating variable is used to identify gender moderation on interaction between fashion orientation and compulsive buying behaviour. T test is used to analyze the differences between men and women in compulsive buying behaviour and fashion orientation.

Fashion leadership and fashion interest variables were significantly influence compulsive buying behaviour ; importance of being well dressed variable was not significantly influence compulsive buying behaviour and anti fashion attitude variable was negatively significant. The interaction between fashion orientation and compulsive buying behaviour were moderated by gender. Significant differences found especially in compulsive buying behaviour and fashion orientation dimensions between men and women.

**Keywords: compulsive buying, fashion orientation, gender, fashion**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur bagi Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya atas Kasih KaruniaNya ( I owe You all ) maka penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “ **Pengaruh Orientasi Fesyen Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif dengan Gender Sebagai Variabel Pemoderasian** “.

Dalam kesempatan yang baik ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu MF. Shellyana Junaedi, SE., Msi., selaku dosen pembimbing atas dorongan semangat, masukan dan bimbingannya selama ini.
2. Papa dan Mama, thank you for all the support, I Love You All....
3. Seluruh Staff Admisi dan Perpustakaan atas semua bantuannya.
4. R. Yetti Kalaway a.k.a *Fidhy*, hello girl, German is still waiting....tetep semangat yah...
5. Kay, udah seneng ya di Belanda.....Kuliah yang bener ya.....
6. Meli and Heni....sukses buat usaha baru kalian..tetep semangat ya....
7. Lydia, hey... you're still my friend after all....
8. Temen-temen di PT. BPR Rejeki Insani Klaten, thanx buat dukungan, doa dan semangatnya selama ini.
9. Serta semua pihak yang telah membantu, yang tidak dapat disebutkan satu per satu

Penulis menyadari tesis yang dibuat ini jauh dari sempurna karena keterbatasan penulis. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan oleh penulis.

Akhir kata, semoga tesis ini dapat berguna bagi para pembaca dalam memperluas wawasan dan pengetahuan dalam bidang manajemen khususnya pemasaran.



Yogyakarta, Maret 2006

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
INTISARI.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
 BAB I      PENDAHULUAN .....	 1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	4
 BAB II      LANDASAN KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS .....	 6
2.1. Perilaku Konsumen .....	6
2.2. Proses Keputusan Pembelian .....	7
2.3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen .....	 10
2.4. Perilaku Pembelian Kompulsif .....	13
2.5. Perilaku Pembelian Remaja .....	14
2.6. Konsumsi Berdasarkan Beda <i>Gender</i> .....	15
2.7. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	17
2.8. Pengembangan Hipotesis dan Model Penelitian .....	18

BAB III	METODE PENELITIAN.....	21
	3.1. Jenis Penelitian.....	21
	3.2. Lokasi Penelitian.....	21
	3.3. Sampling Frame .....	21
	3.4. Metode Pengambilan Sampel dan Teknik Pengumpulan Data .....	21
	3.5. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	22
	3.5.1. Orientasi Fesyen.....	22
	3.5.2. Pembelian Kompulsif.....	25
	3.5.3. <i>Gender</i> .....	26
	3.6. Metode Pengujian Instrumen .....	27
	3.7. Metode Analisis Data.....	29
	3.7.1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	29
	3.7.1. Analisis Regresi dengan Variabel Pemoderasi .....	30
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	31
	4.1. Deskripsi Umum Penelitian .....	31
	4.2. Analisis Karakteristik Responden .....	31
	4.2.1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
	4.2.2. Jumlah Responden Berdasarkan Tempat Tinggal di Yogyakarta.....	32
	4.2.3. Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Dalam Tiga Bulan Terakhir .....	32
	4.2.4. Jumlah Responden Berdasarkan Uang Saku dan atau Pendapatan .....	33
	4.3. Analisis Regresi <i>Linear</i> Berganda .....	34

4.3.1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	34
4.3.2. Uji Signifikasi Simultan .....	35
4.3.3. Uji Parameter Individual .....	35
4.4. Analisis Regresi Dengan Variabel Pemoderasi.....	37
4.4.1. Analisis Regresi sebelum Dimoderasi .....	38
4.4.2. Analisis Regresi dengan variabel Pemoderasi .....	38
4.4.2.1. Variabel <i>Fashion Leadership</i> .....	38
4.4.2.2. Variabel <i>Fashion Interest</i> .....	39
4.4.2.3. Variabel <i>Importance of being Hell</i> <i>Dressed</i> .....	39
4.4.2.4. Variabel Anti <i>Fashion Attitude</i> .....	40
4.5. Uji Beda Variabel Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	43
5.1. Kesimpulan .....	43
5.2. Saran.....	45

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Hipotesis Penelitian .....	16



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Hasil Penelitian Tentang Perbedaan Pria dan Wanita.....	16
Tabel 3.1. Nilai <i>Alpha Cronbach</i> Penelitian .....	27
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	32
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal Di Yogyakarta .....	32
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Dalam Tiga Bulan Terakhir .....	33
Tabel 4.4. Karakteristik Responden berdasarkan Uang Saku dan atau Pendapatan .....	33
Tabel 4.5. Model Summary .....	34
Tabel 4.6. Uji Statistik F .....	35
Tabel 4.7. Uji Statistik t .....	36
Tabel 4.8. Hasil Analisis Regresi Sebelum Dimoderasi .....	38
Tabel 4.9. Hasil Analisis Regresi Variabel mengikuti tren fesyen Terhadap Pembelian Kompulsif dengan <i>Gender</i> Sebagai Variabel Pemoderasi.....	38
Tabel 4.10. Hasil Analisis Regresi Variabel Mengikuti Tren Fesyen Terhadap Pembelian Kompulsif dengan <i>Gender</i> sebagai Variabel Pemoderasi .....	38
Tabel 4.11. Hasil Analisis Regresi Variabel Memperhatikan Penampilan Terhadap Pembelian Kompulsif dengan <i>Gender</i> Sebagai Variabel Pemoderasi .....	39
Tabel 4.12. Hasil Analisis Regresi Variabel Tidak Suka Fesyen Terhadap Pembelian Kompulsif dengan <i>Gender</i> Sebagai Variabel Pemoderasi .....	39

Tabel 4.13. Hasil Uji t Antar Variabel Berdasarkan Jenis Kelamin.....41

Tabel 4.14 Grup Statistic T-Test Berdasarkan Jenis Kelamin.....42





## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	: Kuesioner
LAMPIRAN II	: Data Hasil Penyebaran Kuesioner
LAMPIRAN III	: Uji Reliabilitas
LAMPIRAN IV	: Karakteristik Responden
LAMPIRAN V	: Analisis Regresi
LAMPIRAN VI	: Analisis Regresi dengan Variabel Pemoderasi
LAMPIRAN VII	: Uji T Berdasarkan Jenis Kelamin